

VersicherungsJournal.de

Nachricht vom 10.2.2011

Autoversicherer fahren auf Hoffnungskurs

Ob der hart umkämpfte Autoversicherungsmarkt vor einer Trendwende steht, war unter den Teilnehmer einer Fachkonferenz von Businessforum21 in Köln umstritten. Fest steht aber, dass 2010 noch höhere Verluste eingefahren wurden als im Vorjahr. Zu den Lösungen, die diskutiert worden, gehört die Änderung der Hauptfälligkeit. Klaus-Jürgen Heitmann, Vorstandsmitglied der Huk-Coburg, bekräftigte die Pläne für den Aufbau eines eigenen Vergleichsportals.

Nach Einschätzung von Andreas Kelb, Bereichsleiter bei der [E+S Rückversicherung AG](#), hat sich die Ergebnissituation der Sparte für 2011 „spürbar“ verbessert. Die Durchschnittsprämie sei nach Tariferhöhungen erstmals seit 2004 wieder gestiegen. Zudem kehre man zum langfristigen Trend der sinkenden Schadenfrequenz zurück.

Gleichwohl sagte er auch: „Krafftahrt-Haftpflicht muss besser werden, aber Kasko muss noch wesentlich besser werden.“ Gestützt im Wesentlichen auf Zahlen seines Unternehmens sowie des [Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.](#) rechnet er für 2010 mit einem Spartenverlust von 1,1 Milliarden Euro nach einem Minus von 0,7 Milliarden Euro im Vorjahr.

Innovationen belasten

„2011 wird es noch keine Änderung der Misere geben“, zeigte sich Marco Morawetz, Abteilungsleiter der [Gen Re Consulting](#), überzeugt. Die Tarife seien nur sehr moderat gestiegen und brächten nicht die Ergebniswende.

Produktinnovationen belasten seiner Untersuchung nach vielfach die Ergebnisse. So würden die Kosten für den Rabattschutz von vielen Gesellschaften unterschätzt. Im Durchschnitt zahle der Kunde zusätzlich 15 Euro. Da ein Viertel der sich dafür entscheidenden Kunden aber tatsächlich auch einen höheren Schadenbedarf habe, müssten die Preise bei rund 25 Euro liegen.

Auch die Prämiennachlässe für Tarife mit Werkstattbindung sind nach Untersuchung von Morawetz nicht bei allen Versicherern ausreichend kalkuliert. Die Fahrer-Unfallversicherung für 20 bis 30 Euro bei einer Versicherungssumme von bis zu zwölf Millionen Euro rechne sich hingegen für die Gesellschaften.

Konzentration beschleunigt sich

Mit Blick auf die marktweite Erhöhung des Beitragsniveaus im Neugeschäft per 1. Januar 2011 sowie im Bestand und deutlich mehr Sanierungen im Gewerbesegment sind für Dr. Jochen Tenbier, Bereichsleiter Krafftahrt Unfall bei der [Signal Iduna Gruppe](#), zumindest „Signale für eine Trendwende wahrnehmbar“.

Im Einzelfall beobachtet er allerdings auch immer noch „irrationales Wettbewerbsverhalten“. Er rechnet damit, dass sich der Konzentrationsprozess bei den Autoversicherern beschleunigen wird und erinnerte daran, dass die Zahl der Anbieter (nach Gruppen) sich innerhalb von rund 15 Jahren von knapp unter 100 auf aktuell 55 fast halbiert habe.

Mittelfristig geringere Margen

Auch HUK-Coburg-Vorstand Heitmann ist für die weitere Entwicklung tendenziell pessimistisch. „Mittelfristig ist mit weiter angespannten versicherungstechnischen Ergebnissen zu rechnen. Zur alten Margensituation – aus Summe von Versicherungstechnik und Zinserträgen – werden wir nicht mehr zurückkehren“, sagte er.



Andreas Kalb (Bild: Lier)



Klaus-Jürgen Heitmann, Dr. Jochen Tenbieg (Bild: Lier)

Nach Heitmanns Einschätzung werden die endgültigen Zahlen für 2010 schlechter ausfallen als bisher prognostiziert, weil es im Dezember witterungsbedingt viele Schäden gegeben habe, die so bisher nicht erfasst seien.

Transparenz gegen Autohäuser

Die größte Herausforderung der Branche sieht er in der Konkurrenz der Autohersteller, die ihre Marketingausgaben und Rabatte beim Neuwagenverkauf nur mit den Gewinnen im Reparaturgeschäft finanzieren könnten und daher in den Versicherungsmarkt einbrächen.

„Preis, Preis, Preis – das ist unsere Chance. Wenn wir da nicht signifikant besser sind, können die Kunden gleich im Autohaus unterschreiben“, so Heitmann. Anders als viele Konkurrenten hat die HUK-Coburg keine Kooperation mit einem Autohersteller und schließt dies nach eigenen Angaben bislang noch aus.

Da 80 Prozent der Kraftfahrt-Prämie im Marktdurchschnitt für Schäden verwendet würden, sei dies der größte Hebel für die Kosten- und damit Preisgestaltung. Senken lasse sich diese Position über das Werkstattmanagement. Mit dieser Strategie spare die Huk-Coburg 20 Prozent, so Heitmann.

Eigenes Portal geplant

Die Intransparenz der inzwischen marktweit 400 bis 500 Tarife begünstigt seiner Einschätzung nach die Erfolgsaussichten der Autohersteller. Wenn der Kunde seine Preisorientierung verliere, sei dies für die Versicherer ein Problem. Er wähle dann nämlich beim Neuwagen das Mobilitätspaket des Herstellers.

Vergleichsportale könnten den Kunden grundsätzlich mehr Transparenz verschaffen, doch sei der Vertrieb darüber vielfach nicht mehr wirtschaftlich, so Heitmann, der dabei auf [Check24](#) anspielte. Bei Abschlussprovisionen von 75 bis 100 Euro mache man nicht mit.

Zusammen mit einigen anderen Versicherern überlege man den Aufbau eines eigenen Portals. Heitmann wiederholte damit schon früher geäußerte Absichten. Selbst wenn die Portale deutlich billiger wären, bestünde in diesem Segment immer die Gefahr der Monopolisierung, so Heitmann.

Weniger Storno, mehr Verkaufszeit

Als Waffe gegen den Preiskrieg empfiehlt Dr. Michal Paluch, Consultant des Beratungshauses [Simon-Kucher & Partners](#), unter anderem den Wertverkauf, also die Konzentration auf den Nutzen und nicht den Preis des Produktes, und die Verlegung der Hauptfälligkeit. Dies praktizieren bereits einige Gesellschaften wie die [Allianz](#), [Ergo](#) und [Zurich Connect](#).

Untersuchungen von Testportfolios bei einem Versicherer hätten gezeigt, dass sich das Storno bei Verträgen mit unterjähriger Hauptfälligkeit in etwa halbieren lasse. Zudem steigere dies die Effizienz, weil die Verwaltung gleichmäßiger ausgelastet, der Vertrieb sich zum Jahresende auf das Lebensversicherungs-Geschäft konzentrieren und Werbung wirkungsvoll geschaltet werden könne.

Monika Lier (m.lier@versicherungsjournal.de)

Das VersicherungsJournal ist urheberrechtlich geschützt. Das bedeutet für Sie als Leserin bzw. Leser: Die Inhalte sind ausschließlich zur Ihrer persönlichen Information bestimmt. Für den kommerziellen Gebrauch müssen Sie bitte unsere ausdrückliche Genehmigung einholen. Unzulässig ist es, Inhalte ohne unsere Zustimmung gewerbsmäßig zu nutzen, zu verändern und zu veröffentlichen.

Kurz-URL: <http://vjournal.de/-106920>